

Canal TI

Los líderes del Perú

DISTRIBUCIÓN SEMANAL GRATUITA
N°907
LUNES 9
SEPTIEMBRE
2024

■ STEPHANY LAVADO

cuenta su experiencia
en el negocio
tecnológico de Perú

“Empecé a los 22 años en la
industria TI y fue clave saber
escuchar y preguntar”

■ El poder de la inteligencia artificial con una estética funcional

Asus presenta la nueva Zenbook S 14 potenciada con procesadores Intel Core Ultra (Serie 2)

El seis de setiembre, Asus anunció la Zenbook S 14 (UX5406), una de las PC Asus AI de 14 pulgadas más delgadas y portátiles del mercado, que combina rendimiento con sofisticación. El Zenbook S 14 premium presenta una nueva estética funcional y ha sido completamente rediseñado por dentro y por fuera. El chasis cuenta con el nuevo e innovador ASUS Ceraluminum, un material híbrido cerámico de alta tecnología disponible en una gama de colores inspirados en la naturaleza. Este material, pionero en la industria, ofrece una resistencia excepcional, resistiendo sin esfuerzo los arañazos y el desgaste.

El Zenbook S 14 cuenta con el último procesador Intel Core Ultra 9 (Serie 2) habilitado para IA con una NPU integrada con rendimiento para hasta 48 TOPS y gráficos Intel Arc. El fresado CNC avanzado permite la integración de una cámara de vapor ultradelgada en el sistema de enfriamiento ultrasilencioso, único para un dispositivo tan delgado, lo que garantiza un TDP de la CPU de hasta 28 vatios con un ruido mínimo. El diseño funcional cuenta con una tecla Copilot dedicada y un touchpad ampliado con relación de aspecto 16:10 que admite gestos inteligentes.

La pantalla Asus Lumina OLED 3K de 120Hz y el potente sistema de audio de cuatro bocinas ofrecen un entretenimiento atractivo, brindando una verdadera experiencia cinematográfica. El procesador de seguridad Microsoft Pluton garantiza una seguridad sólida, y la nueva función Passkeys de Windows almacena de forma segura los datos de autenticación. Las características mejoradas



de seguridad biométrica y privacidad impulsadas

por el sistema de cámara IR AiSense incluyen reconocimiento facial para inicio y cierre de sesión automáticos, bloqueo y atenuación adaptativos.

ARTE Y TECNOLOGÍA

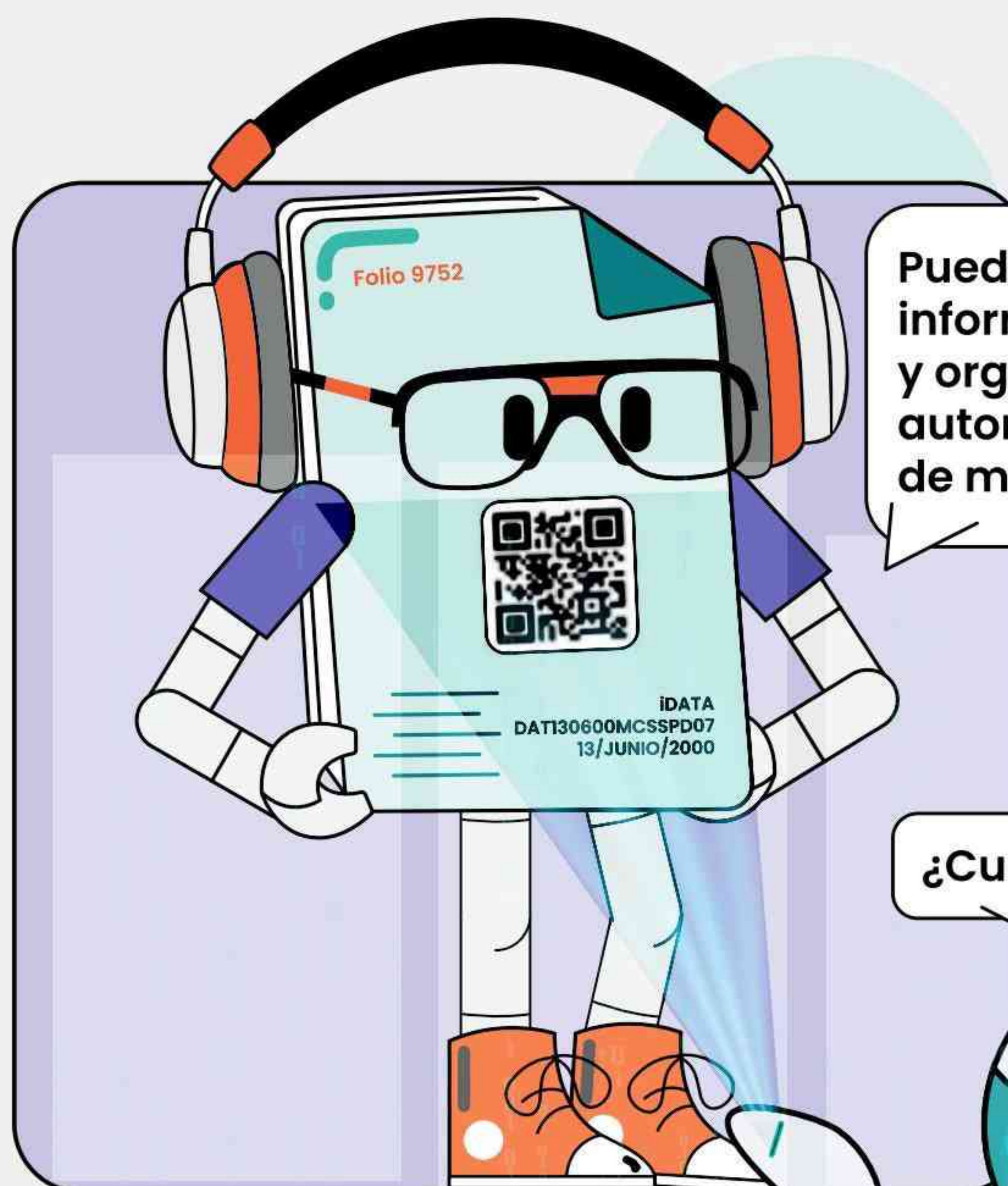
La Zenbook S 14, con un nuevo diseño, incorpora el innovador material ASUS Ceraluminum, que proporciona durabilidad y un diseño elegante. Después de cuatro años de refinar los colores, la textura y la dureza de este material, los resultados son sobresalientes. Utilizando tecnología CNC de vanguardia, Zenbook S 14 logra una delgadez notable de solo 1,1cm mientras alberga componentes avanzados, incluido un avanzado sistema de enfriamiento de cámara de vapor.■



Automatiza tus operaciones de captura

Kodak alaris

¡Soy iData! Vamos a aprender sobre Captura de Datos & Intelligent Document Processing

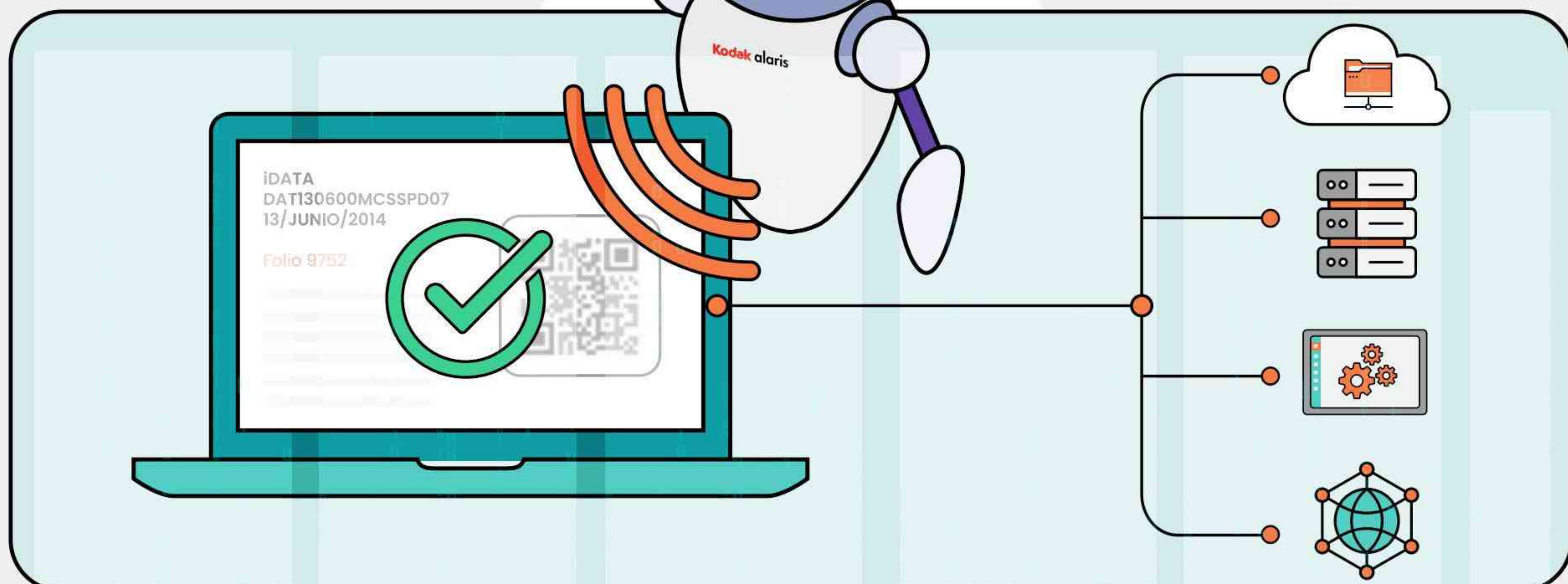


Puedes extraer información valiosa y organizarla automáticamente de manera eficaz.

¿Cuál es tu CURP?



Indexando CURP...



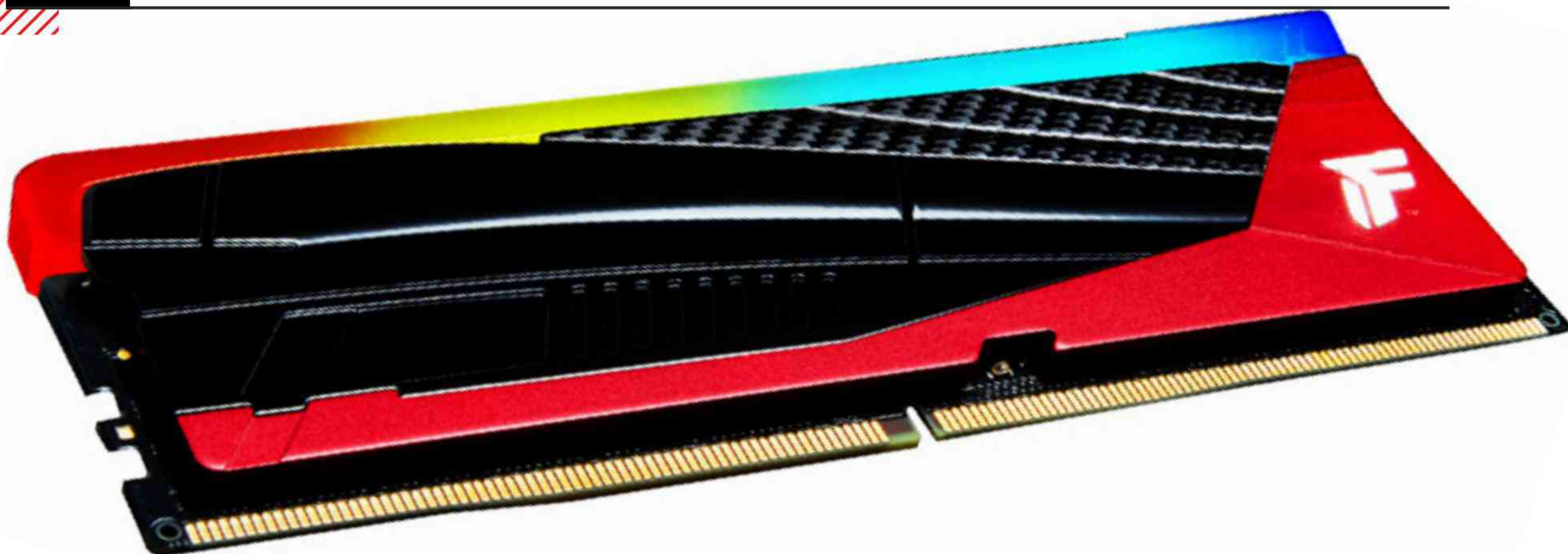
Da un nuevo valor a los datos de tu empresa



¡Quiero saber
cómo funciona!

Contáctenos a: ventasdi@kodakalaris.com | Tel: (+52) 55-5351-7383
Más información: www.AlarisWorld.com





■ En el evento también participaron AMD, Cooler Master, Logitech G y MK Rino

Memory Kings y Kingston presentan memorias Fury Renegade

Memory Kings y Kingston lanzaron en Perú las nuevas memorias Edición Limitada Kingston Fury Renegade DDR5 RGB, que llegan al mercado para potenciar las capacidades de los usuarios, quienes están buscando siempre lo mejor de la tecnología.

“En Memory Kings, siempre estamos a la vanguardia de la tecnología, en ese sentido, hemos llevado a cabo un exitoso evento con Kingston, destacando la línea de productos de alta gama Kingston Fury. Este encuentro subrayó el papel cada vez más crucial de la inteligencia artificial en nuestras vidas cotidianas, desde soluciones para el hogar hasta algoritmos avanzados para medios digitales y herra-



mientas que optimizan la productividad, como Copilot o ChatGPT”, dijo Hernán Mesajil, gerente general de

Memory Kings.

El ejecutivo señaló que la misión



Nataly Moreno y Hernán Mesajil, de Memory Kings





César Sánchez, Nataly Moreno, José Luis Fernández, Hernán Mesajil y Candelaria Álvarez.



Marcas aliadas

“Quiero agradecer a nuestras marcas aliadas que también estuvieron presentes en este evento: AMD, Cooler Master, Logitech G y MK Rino. Juntos, estamos impulsando la innovación y llevando la experiencia tecnológica a nuevos niveles. ¡Aquí estamos, listos para seguir escribiendo esta historia de éxito juntos!”, dijo Nataly Moreno, gerente de Marketing de Memory Kings.

de Memory Kings es mantenerse siempre un paso adelante en la evolución tecnológica y que eventos como el realizado con Kingston son clave para conectar con sus clientes y mostrar cómo la innovación impacta en diferentes áreas. “Trabajamos de la mano con marcas líderes como Kingston para ofrecer productos que no sólo cumplen con las demandas actuales, sino que también preparan a nuestros usuarios”.

En Memory Kings reconocen que la inteligencia artificial ha dejado de ser una promesa del futuro para convertirse en una herramienta tangible en el presente, por ello están comprometidos con ofrecer productos

que respondan a las necesidades de sus principales verticales de negocio: home, emprendedores/empresarios, gamers y creadores de contenido. “Gracias a este evento resaltamos cómo la tecnología avanzada potencia el rendimiento y la creatividad en estos sectores, reforzando el compromiso de la empresa de seguir innovando y ofreciendo soluciones de última generación”, indica Mesajil.

Finalmente, Hernán Mesajil precisa que: “Nuestro objetivo para este año es continuar ayudando a todas nuestras verticales de negocio, impulsando productos que integren inteligencia artificial y mejoren la vida de nuestros clientes. Por eso, even-

tos como este son esenciales para demostrar que seguimos comprometidos con brindar lo mejor del mercado, pues nos ayudan a fortalecer los lazos comerciales”.

Después de la presentación de los productos, los ejecutivos de Memory Kings y Kingston participaron de una cena en la que revisaron los logros del día y generaron una lluvia de ideas para los planes del último trimestre del año con Kingston. Por parte del fabricante participaron César Sánchez, Country Manager de Perú y Ecuador; Candelaria Álvarez, gerente de Marketing de Kingston Cono Sur; y José Luis Fernández, gerente de Tecnología para Latinoamérica. ■



■ La feria tecnológica será en el Colegio de Ingenieros del Perú, sede San Isidro

DIGICORP celebra su 10 aniversario con nuevas sucursales y anuncia la feria DigiExpo 2024

Digicorp, mayorista especializado en soluciones de seguridad electrónica, telecomunicaciones y energía, celebra su décimo aniversario en el mercado peruano con la apertura de cinco nuevas sucursales, reforzando su compromiso de ofrecer un mejor servicio y disponibilidad de stock para sus clientes subdistribuidores e integradores.

Desde su fundación en 2014, Digicorp se ha dedicado a proporcionar las últimas tecnologías en seguridad electrónica y telecomunicaciones. Con un crecimiento constante y un compromiso inquebrantable con la excelencia en el servicio al cliente, la empresa ha consolidado su posición como un socio confiable y eficiente para sus clientes.

“Este año, Digicorp marca un hito

significativo con la inauguración de dos nuevas sucursales, Malvitec y Cyberplaza y la reinauguración de las oficinas de Arequipa, Chiclayo y la oficina central en San Isidro. Estas nuevas ubicaciones amplían nuestra presencia a nivel nacional y están diseñadas específicamente para mejorar la disponibilidad de stock, asegurando que nuestros clientes tengan acceso rápido y eficiente a los productos que necesitan para sus proyectos”, dice Nelly Mengolé, gerente Comercial de Digicorp Perú.

Sobre los objetivos del mayorista, Mengolé indica: “Siempre ha sido facilitar los pedidos de nuestros clientes, asegurándonos de que tengan acceso inmediato a los productos esenciales. Con la apertura de estas nuevas sucursales, reafirmamos nuestro compromiso de



no atender a clientes finales, sino de apoyar exclusivamente a nuestros clientes subdistribuidor e integradores”.

LAS NUEVAS SUCURSALES DE DIGICORP OFRECEN:

Nelly Mengolé,
gerente
Comercial
de Digicorp



Mayor Disponibilidad de Stock

Garantizando que los productos estén siempre disponibles para los clientes.

Procesos de pedido eficientes

Simplificando la gestión de pedidos y reduciendo tiempos de espera.

Soporte Localizado

Proporcionan asistencia técnica y comercial en puntos estratégicos.

DIGIEXPO 2024

En el marco de la celebración de sus diez años, Digicorp anunció una nueva edición de DigiExpo 2024. El evento convocará a todos los canales de distribución a nivel nacional, así como a directores tecnológicos del sector corporativo. La feria tecnológica se realizará el 19 de setiembre en el Colegio de Ingenieros del Perú, Sede San Isidro, donde las marcas líderes del sector presentarán lo último en innovación y ofrecerán capacitaciones de primer nivel.

Nelly Mengolé comentó a Canal TI que se contará con la participación de más de quince marcas líderes a nivel mundial como Dahua, ZKTco, Honeywell, Imou, TP Link, Ubiquiti, y muchas más. Estas compañías no sólo presen-

LAS NUEVAS SUCURSALES DE DIGICORP

Sucursal Malvinas

C.C. Malvitec, Av. Argentina 460, piso 2 - stand E2 – F1

Sucursal Cyber Plaza

C.C. Cyber Plaza Av. Garcilaso de la Vega 1348, piso 3 - stand 3B-112

Sucursal Arequipa

C.C. NovaCenter, Calle Octavio Muñoz Najar 221, piso 3, stand 307

Sucursal Chiclayo

CC. Plaza Bolognesi, Av. Francisco Bolognesi 536, stand 108.

Oficina Principal

Av. Faustino Sánchez 447, San Isidro

tarán sus innovaciones más recientes, sino que también impartirán charlas especializadas y realizarán activaciones en sus stands, brindando a los asistentes la posibilidad de aprender directamente de los expertos del sector. “Asimismo, como parte de nuestra búsqueda constante de desarrolladores y fabricantes tecnológicos presentaremos tres nuevas marcas, que se unen a nuestro portafolio”.

El evento tendrá siete salas de talleres técnicos certificados, un roadshow con la exhibición de nuevas tecnologías, y conferencias magistrales dictadas por los directores comerciales provenientes de diversos países de las marcas asociadas. También habrá sorpresas para los asistentes.

INSCRIPCIÓN PARA DIGIEXPO 2024

El proceso de inscripción para participar en DigiExpo 2024 se encuentra disponible en su página web, donde pueden encontrar la información de los diversos talleres y certificaciones que se brindarán. La inscripción es gratis y este año Digicorp realizará más de diez sorteos a lo largo del evento y tendrá un exclusivo sorteo para los cien primeros visitantes.

Los interesados pueden obtener su QR de invitación en el siguiente link: <https://www.digicorp.com.pe/index.html>



■ **STEPHANY**
experiencia en el nego

“Empecé a
en la i

sabe
y

Por **WILDER ROJAS DÍAZ**

Stephany es parte de las mujeres que impulsan el negocio TI en Perú. A sus 29 años -empezó en Xerox a los 20- ya tiene una fructífera experiencia en el trabajo con el canal de distribución y, en general, sobre el impacto y vertiginoso desarrollo tecnológico.

Stephany, qué gusto saludarte y gracias por conceder esta entrevista a Canal TI

Gracias a ti, Wilder, es un placer para mí conversar contigo y llegar a

los lectores de Canal TI. Estoy bastante contenta y me siento afortunada por este espacio.

Tú tienes 29 años, pero ¿cuánto tiempo ya en la industria TI?

En la industria TI llevo cerca de ocho años. Empecé bastante joven, a los 22 años aproximadamente. En aquel entonces, yo vivía en Trujillo, donde empezó mi relación y experiencia con la industria tecnológica. Mi primera gran oportunidad, fue como Sales Champion de Xerox y estuve durante un año viajando entre Trujillo, Chiclayo, Piura y Cajamarca, posicionando la marca, capacitando

sobre el portafolio de productos y conociendo a los canales. Básicamente, realizaba el trabajo de cobertura y la exhibición de las soluciones para los clientes. Realmente, un reto muy bonito para mí, ya que antes de Xerox venía de haber trabajado en el BCP, y pensaba que mi rumbo estaría más relacionado a la banca, sin embargo, me fui enganchando cada vez más en esta industria tan interesante.

¿En qué momento decides trasladarte a Lima?

Después de esa experiencia, decidí renunciar a mi posición en Tru-

jillo, porque tenía en Lima y formar una época trabajaba un buen mentor y conté mis planes renunciar sino había. Para mí fue una oportunidad que yo aún sea profesional. En Lima asumí otra oportunidad comercial. Me comencé a dar cuenta de la importancia de la capacidad de atención al cliente y también supervisar

Más adelante una oportunidad de trabajo de gran trayectoria

LAVADO cuenta su ocio tecnológico de Perú

los 22 años industria TI y fue clave "escuchar preguntar"

planes de trabajar una carrera. En esa época conocí a Daniel León, un amigo, a quien le dije que me proponía no hacer un traslado. Fue una noticia muy buena, parte de Xerox. En esa función: ejecutiva convertí en la mano derecha con la responsabilidad de cuentas top y de la promotoría.

también tuve la oportunidad de trabajar con ejecutivos de la promotoría como Geor-

ge Carrasco, Luis Aguilar, Patricia Araoz, Fiorella Vincas, Marcos Vaitman, entre otros. Sin duda fue una gran experiencia.

¿De Xerox pasaste a Ingram Micro?

El rubro de TI es mucho de networking; entre eventos, capacitaciones y reuniones fui conociendo a más profesionales y empresas. Así tuve la oportunidad de conocer a ejecutivos de Ingram Micro, donde justo se abría una posición para especialista en Xerox. La marca me motivó a dar el salto y pasé al mayorista como especialista de producto.

Contabas con todo el apoyo

Sí, es cierto. Digamos que el 50% de la aprobación era de Xerox y el otro 50% de Ingram Micro. Entonces gracias a esta nueva oportunidad que se abría para mí, ingreso a Ingram Micro, donde llegué a trabajar con Eduardo Montoya, Product Manager de la marca en ese tiempo, reportando a Javier Gozalo gerente Comercial. Sin duda, fueron buenos mentores y amigos.

¿Cuánto tiempo estuviste en Ingram Micro?

Estuve tres años y medio, donde, además de Xerox, tuve la oportunidad de manejar Dell, como especialista de la línea comercial de cómputo. Eso fue a comienzos de la pandemia. De esta manera, ampliaba mis conocimientos hacia otro sector, pues sólo venía viendo el mundo de la impresión.

¿Cuánto tiempo estuviste como especialista de Dell en Ingram Micro?

Trabajé como especialista de Dell cerca de ocho meses, periodo en el cual algunos de mis clientes proporcionaron excelentes referencias sobre mi desempeño directamente a la marca. Esto me abrió la puerta a una nueva oportunidad, y fui incorporada a la compañía bajo el rol de Account Manager, atendiendo a usuarios finales en el sector privado.

Tus mentores y la escuela que fue Xerox para ti estaban mostrando sus frutos

A lo largo de este proceso, he valorado profundamente el apoyo de mis mentores en Xerox e Ingram Micro, quienes han sido fundamentales en mi crecimiento profesional. Las buenas prácticas y los resultados obtenidos me permitieron desarrollarme tanto personal como profesionalmente. Estoy especialmente agradecida por el respaldo que siempre recibí de mis mentores, quienes me impulsaron constantemente a seguir avanzando. Nunca me cortaron las alas y siempre se mostraban orgullosos de mí.

Qué importante es saber escuchar y preguntar, ¿verdad?

Sí, es fundamental. La escucha activa y hacer las preguntas correctas nos llevan siempre a descubrir respuestas o identificar oportunidades, sobre todo en industrias como

la tecnología, donde las necesidades de los clientes pueden cambiar rápidamente. En mi experiencia, trabajando con marcas como Dell y Xerox, he aprendido que, al escuchar a los clientes, no sólo entendemos sus necesidades inmediatas, sino que también podemos anticipar futuras demandas o identificar áreas de mejora en el portafolio de productos.

Además, hacer las preguntas adecuadas ayuda a obtener la información clave para tomar decisiones informadas y ofrecer soluciones personalizadas que agreguen valor. Esto es esencial para construir relaciones sólidas y de largo plazo con los clientes. En el sector tecnológico, donde la competencia es fuerte y los productos deben estar alineados con las necesidades del cliente final, escuchar y preguntar correctamente puede marcar la diferencia entre cerrar un acuerdo o perder una oportunidad.

Claro, y eso te permite obtener como dices mentores y amigos que supieron guiarte en este camino.

Fue súper valioso haberme rodeado y conocido a grandes personas, que hasta el día de hoy los considero mis amigos, independientemente de la empresa en la que nos encontremos. Esas personas, siguen presentes en mí.

¿Cuál es tu percepción del canal peruano? ¿Cuál dirías que son sus principales características que lo distinguen?

Una de las principales características que los distingue es su necesidad constante de estar bien informados y actualizados. Valoran mucho el acompañamiento cercano de los fabricantes y mayoristas, no solo en términos de productos, sino también en transferencia de conocimientos, capacitación y soporte en el desarrollo de estrategias comerciales.

Lo que posteriormente les va a permitir aprovechar y desarrollar nuevas oportunidades de negocio y no dejar pasar ninguna por más pequeña que esta sea, captar a un cliente y formar una relación sólida en el tiempo, es muy valioso.

El espíritu emprendedor y los deseos de salir adelante del canal peruano es clave.

Perú es un país de emprendedores, y esa mentalidad se refleja también en los canales de distribución, que siempre están buscando nuevas oportunidades para hacer crecer sus negocios. Son incansables en la búsqueda de captar la mayor cantidad de negocios posible y para ello requieren del apoyo del fabricante y del mayorista.

¿Te sorprendió el impacto de la inteligencia artificial?

Sí, me sorprendió, pero lo vi como una gran oportunidad más que como una amenaza. Aunque algunos sectores temen que la inteligencia artificial reemplace a las personas, yo creo firmemente que su verdadero valor está en cómo nos puede complementar y potenciar nuestras habilidades.

Desde mi experiencia, he aprendido a ver la IA como una herramienta para mejorar la eficiencia y facilitar el trabajo diario. Al final del día, creo que la inteligencia artificial nos ofrece un sinfín de posibilidades para seguir creciendo profesionalmente y ser más productivos, si aprendemos a usarla de manera inteligente y con un enfoque positivo.

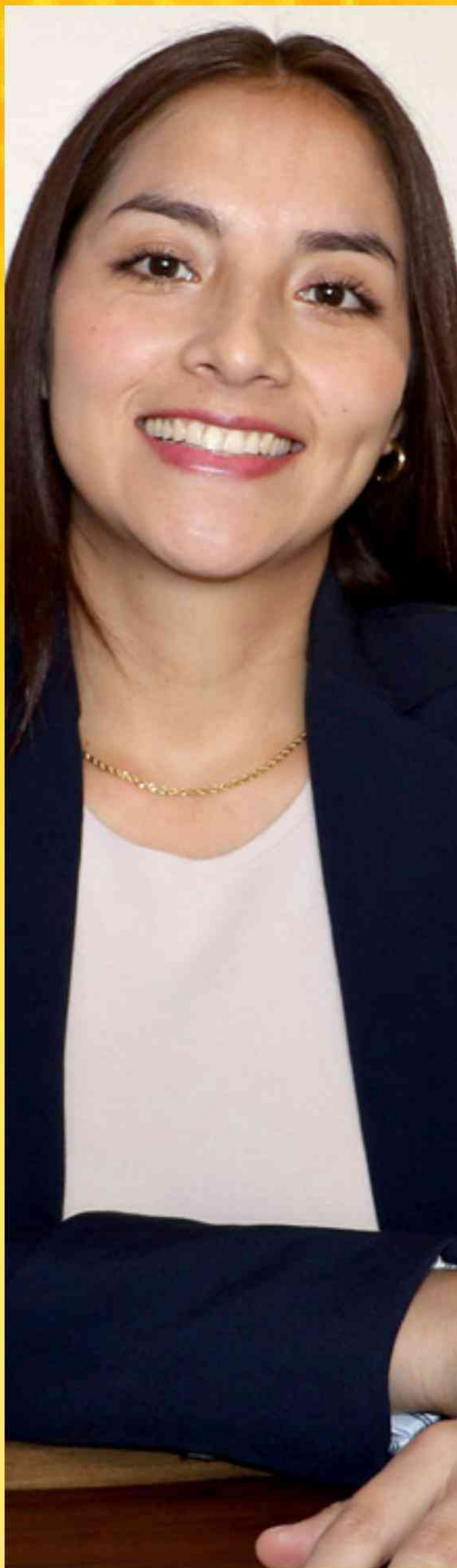
¿Cómo te sientes de ser parte de ese movimiento de mujeres que mueven la tecnología en el Perú?

Estoy orgullosa y me siento afortunada de ser parte de ese porcentaje de mujeres que hoy por hoy están liderando o se encuentran dentro de la industria TI. Tal vez, años atrás esto hubiera parecido algo imposible, donde era más evidente que existía una brecha tremenda porque no había igualdad u oportunidad. Sin embargo, hoy en día, estamos viendo un cambio positivo, con más mujeres no solo participando, sino liderando posiciones clave dentro del sector TI.

¿En las empresas donde has trabajado has visto la gran participación de las mujeres?

En realidad, en algunas empresas más que en otras. He tenido la suerte, por ejemplo, en el caso de Ingram Micro y Dell, donde estuve rodeada de más mujeres. Creo que me ha tocado estar en el tiempo que se está realizando este cambio. En Ingram Micro hay muchas mujeres y en Dell creo que superábamos a los hombres en cantidad. Lo importante es que a las mujeres se nos están abriendo las oportunidades en la industria tecnológica.

¿Cómo te ves en el futuro?



En realidad, considero que he avanzado bastante, o he caminado bastante como mencionas. He trabajado desde muy chica y hoy siento que estoy en la mejor etapa de mi vida, tanto a nivel personal como profesional. Sin embargo, todavía tengo mucho más por ofrecer y aportar y estoy segura que lo mejor está por venir. Espero seguir en el rubro TI, aunque uno nunca sabe.

¿Te ves trabajando en el extranjero?

Sí, si me veo trabajando en el extranjero, no lo descarto, siempre ha estado

presente en mis planes a futuro. Todo se irá dando con el trabajo y la preparación constante.

Stephany, ¿qué te gusta hacer en tus ratos libres o qué más quisieras hacer?

Además, del rubro TI, que me gusta mucho, me encanta la música. Me gusta cantar y hasta alguna vez cuando era mucho más joven pensé en postular al conservatorio, pero mis planes cambiaron en el tiempo. A pesar de no haberlo estudiado, me encanta, cuando puedo, voy al karaoke, canto en familia y también disfruto cocinar, vengo de un negocio familiar, mi mamá tenía un pequeño restaurante en el norte. Soy del norte, vengo de Trujillo.

Me gusta escribir y escribo siempre, pues siento que tengo muchas cosas por contar, a pesar de mi corta edad, cómo me puedan percibir los demás, y estoy en proceso de escribir también un libro. Me gusta visualizar mucho, soñar despierta. Hay una frase que me gusta mucho "Aquellos que sueñan de día comprenden muchas cosas que escapan a los que sueñan solo de noche".

¿Practicas algún deporte?

Me gusta enfrentar mis miedos, por ejemplo, mi miedo al mar. Hago trekking de montaña. Me gusta conectar con la naturaleza. Creo que lo más loco que hice, fue la caminata de tres días a Choquequirao: ¡son tres días de full caminata! Es como una terapia, reflexionas mucho, estás solo en la nada, pero entre tanta belleza de la naturaleza.

Ahí está tu fortaleza. Estás en búsqueda y asumes que perder el miedo es clave...

Sí. Realmente, siempre veo cada cambio de mi vida como una nueva oportunidad de mejores cosas que están por venir en todo aspecto, ya sea personal y profesional.

¿Cuál es tu mensaje a las adolescentes y jóvenes?

Mi consejo, basado en mi experiencia, es que nunca se rindan y que siempre crean en sus sueños, sin importar los obstáculos que puedan enfrentar. No permitan que las dudas o el miedo las limiten; si no saben algo, busquen aprender, pregunten, investiguen y capacítense. Considero que la clave está en asumir retos y confiar en su capacidad para superarlos. No siempre será fácil, pero la perseverancia y la dedicación puede llevarnos lejos. ■

■ **Fabricante tiene un disipador para cada uno de la nueva generación de los procesadores de AMD**

Cooler Master ofrece el ecosistema más completo para tu PC



Por **ANDRÉS ORTIZ***

MARKETING SPECIALIST DE COOLER MASTER

El anuncio y la salida de una nueva generación de procesadores es siempre bienvenida por todos los actores de este mercado tan especial como es el de la tecnología. Ahora que AMD ha presentado su nueva serie de procesadores Ryzen 9000, no podemos estar más complacidos, ya que este lanzamiento encaja perfectamente en el ecosistema completo que hemos creado, favoreciendo la correcta refrigeración de los distintos componentes de la PC y, en especial, del procesador, liberando así su potencial para que todos los usuarios puedan sacar el máximo provecho de las nuevas tecnologías que AMD ha presentado con esta serie.

Todo comienza con la correcta alimentación de los componentes a través de fuentes de poder confiables y capaces de mantener los sistemas estables en todo momento, sin importar lo exigente que sea la tarea. Luego, pasamos por gabinetes que permiten un correcto flujo de aire y llegamos al punto tal vez más importante cuando hablamos de procesadores: la refrigeración.

Así como AMD tiene un procesador para cada bolsillo y necesidad, en Cooler Master tenemos un disipador para cada uno de estos procesadores, y hemos trabajado no sólo para que sean funcionales, sino también estéticamente muy atractivos.

Y es que seguramente muchos de los lectores de este medio han tenido o han trabajado con el mítico Hyper 212, que ha sido, históricamente, una revolución por su tamaño compacto y efectividad a la hora de disipar el calor. Hoy en día, con-

tamos con un conjunto muy completo de soluciones de refrigeración por aire, para procesadores de alto rendimiento como los que presentan nuestros amigos de AMD. En este contexto, no solo el Hyper 212 es protagonista, sino que las alternativas disponibles en el mercado por parte de nuestra marca permiten al usuario elegir el procesador que más le conviene y, con ello, el disipador ideal para el uso que le dará.

Disipadores perfectos para los 9600X o 9700X, como el Hyper 212 o el nuevo Hyper 622 Halo, tanto en versiones Black como White, o incluso modelos más robustos como el MA824 Stealth, capaz de mantener a raya el calor en los 9900X e



incluso en los 9950X, aun en sus picos más altos de rendimiento y consumo. Esto ya es un gran logro.

Están disponibles en el mercado peruano como una solución efectiva y duradera, para los problemas de temperatura que hoy en día afectan a muchos de los componentes de la PC, pero que, en nuestras manos, son una oportunidad magnífica para demostrar lo que somos capaces de hacer en este campo.

Pero eso no es todo, porque quienes son amantes de la refrigeración líquida están de enhorabuena con Cooler Master. Nuestras soluciones son cada vez más interesantes, y no están solo pensadas para jugadores o creadores de contenido. Hoy en día, complementamos todos estos nichos con uno que ha ganado una

relevancia inusitada: los usuarios o empresas que trabajan con inteligencia artificial.

También para ellos tenemos una solución adecuada a su presupuesto y necesidades. Desde la gama de entrada, como nuestra línea MasterLiquid Core en 240 mm y 360 mm, hasta soluciones más profesionales como las líneas MasterLiquid Atmos y MasterLiquid 360 ION, capaces de manejar hasta 310W de TDP*, lo cual no es nada fácil, pero es aquí donde somos tremendamente efectivos.

Cada una de estas soluciones está dirigida al público en general que busca lo mejor de lo mejor para sus equipos. Hoy, de la mano de AMD, estamos seguros de que nuestros productos son el complemento perfecto para los procesadores más modernos en PCs de escritorio y estaciones de trabajo.

En Cooler Master, tenemos la certeza de que cada una de nuestras soluciones de refrigeración es el antídoto ante el peor enemigo de los componentes electróni-

cos: el calor. Hoy, gracias a este nuevo lanzamiento, podemos hablarles a todos ustedes de parte de lo que tenemos para ofrecer en este mercado tan complejo y lleno de oportunidades. Recuerda: mientras mejor refrigerados estén tus componentes, mayor vida útil tenderán a tener los mismos.

* La potencia de diseño térmico o TDP (del inglés thermal design power) representa la máxima cantidad de potencia permitida por el sistema de refrigeración de un sistema informático para disipar el calor.

EJEMPLO

Si un procesador tiene un TDP de 65W, significa que, en su máximo rendimiento, generará hasta 65 vatios de calor. Por eso, necesitarás un disipador que pueda disipar esa cantidad de calor de manera eficiente. ■

■ Impulsado por las redes sociales

El social commerce está en pleno auge en América Latina en el 2024



Patricia Mauchi, Client President de EssenceMediacom.

Las ventas de social commerce están en pleno auge en América Latina, con un crecimiento proyectado del 45% en 2024. Este fenómeno es impulsado por la integración de las redes sociales en la experiencia de compra y está transformando el panorama del comercio digital, especialmente en Latinoamérica. Así lo refleja un estudio reciente de EssenceMediacom, que dice que el 63% de los latinoamericanos ha realizado compras online en el último mes, pero el 24% de ello declaró haberlo hecho a través de distintas redes sociales, estableciendo una conexión directa entre la interacción social y el comercio.

BRASIL Y MÉXICO

Los dos países con mayor adopción digital destacan como líderes en el uso del social commerce, pues más de la mitad de los compradores digitales en Brasil y México realizarán una compra a través de redes sociales este año, según las previsiones. Esto los coloca sólo unos puntos porcentuales por detrás de China, el mercado de social commerce más grande del mundo, y muy por delante de economías más desarrolladas como Alemania y Japón.



Marien Castañeda, Audience Strategy Director de EssenceMediacom.

En términos de compradores de social commerce, China lidera con un 56.2%, seguida de Rusia con un 55.4%, y Brasil y México con 51.3% y 51.2%, respectivamente. En contraste, países como Alemania (28.9%) y Japón (22.6%) muestran una adopción significativamente menor. Este liderazgo en Latinoamérica refleja un cambio notable en los hábitos de compra, impulsado por la creciente popularidad de plataformas como TikTok e Instagram.

“Latinoamérica no sólo está siguiendo

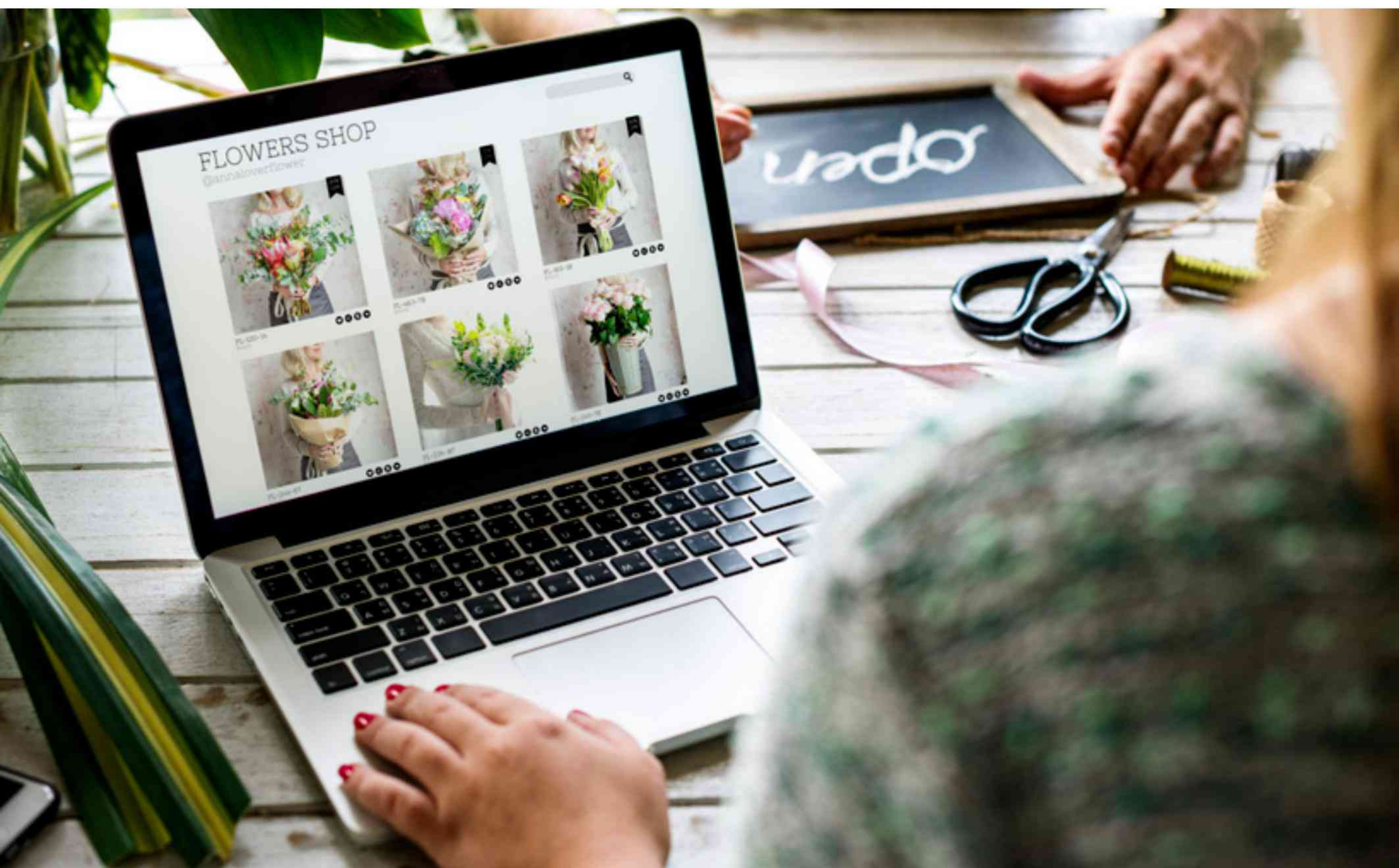


Ángel Muñoz, Regional Ecommerce Director de GroupM Nexus.

do las tendencias globales en social commerce, sino que está liderando el camino con innovaciones y estrategias que están redefiniendo cómo los consumidores interactúan y compran en línea”, afirma Patricia Mauchi, Client President de EssenceMediacom.

Un análisis más profundo revela que los consumidores latinoamericanos están utilizando cada vez más diversas fuentes para investigar productos que desean comprar digitalmente. En junio de 2024, según recoge el estudio de





EssenceMediacom Latam, el 38.6% de los consumidores utilizó las redes sociales, el 28.7% confió en recomendaciones de amigos o familiares, el 13.4% se dejó influir por influencers, el 38.9% recurrió a buscadores tradicionales y el 52.2% consultó a retailers digitales. Estos datos muestran un claro incremento en la influencia de las redes sociales y los influencers en el proceso de compra.

“La creciente dependencia de las redes sociales y los influencers destaca un cambio fundamental en cómo los consumidores están tomando decisiones de compra”, comenta Marien Castañeda, Audience Strategy Director de EssenceMediacom.

Las plataformas de redes sociales favoritas para el social commerce en Latinoamérica son propiedad de Meta. El 82% de las compras de social commerce se realizan a través de Facebook (39%), Instagram (29%) y WhatsApp (14%), destacando la dominancia de estas plataformas en comparación con otras regiones. En Norteamérica, solo el 44% de las compras de social commerce se realizan en plataformas de Meta, mientras que

en Asia-Pacífico esta cifra es del 36%.

Las oportunidades para impulsar el crecimiento de negocio en social commerce se maximizan, en opinión de Ángel Muñoz, Regional Ecommerce Director de GroupM Nexus, por el acceso diario y casi constante de los consumidores a las redes sociales con una media diaria en la Región no inferior a 3 horas según informa Global Web Index. “Cada contacto es una puerta abierta a la interacción y para la conversión a ventas, aprovecharlo pasa por trabajar con un enfoque estratégico integral. La medición y la información en tiempo real nos permite alcanzar las oportunidades de mayor impacto y transformarlas en ventaja para las marcas”.

LOS VIDEOS CORTOS

Las marcas en la región también están apostando fuertemente por los videos cortos como motor de crecimiento en el social commerce. Se espera que los vendedores incorporen contenido más rápido y conciso en sus estrategias para aumentar el engagement, impulsar las ventas y fomentar conexiones más significativas con sus audiencias. El Live Commerce (comercio en tiem-

po real también está ganando terreno, añadiendo un toque humano a las estrategias de social commerce. América Latina alberga algunos de los mercados de Live Commerce más maduros fuera de China, y los vendedores están utilizando transmisiones en vivo para ofrecer descuentos atractivos y promociones exclusivas durante los periodos de transmisión.

En este contexto, el futuro de la publicidad en 2024 estará marcado por experiencias personalizadas, interactivas y un inteligente y correcto uso de la data, creando anuncios que ofrezcan valor a la audiencia, ya sea a través de información valiosa, descuentos o experiencias únicas e innovadoras. Con estas tendencias en mente, es claro que el social ecommerce continuará siendo una fuerza dominante en la evolución del comercio digital en Latinoamérica, ofreciendo oportunidades sin precedentes para marcas y consumidores por igual. “Las empresas que logren adaptarse rápidamente a estas nuevas dinámicas serán las que lideren el mercado en los próximos años”, concluye Rubén Gómez, Business Intelligence Director, de GroupM Latam. ■

■ Este nuevo ataque wifi puede interceptar el tráfico de datos

Puntos de acceso inalámbricos WAP y los routers son puntos de riesgos para las empresas



Por **KIRK JENSEN**

LEADING MARKETING INNOVATION & INSIGHT DE
WATCHGUARD TECHNOLOGIES

La creciente complejidad de las redes y los dispositivos conectados hace que asegurar la ciberseguridad sea una tarea cada vez más compleja. Si bien en los últimos años se ha observado un aumento en la conciencia sobre la importancia de esta disciplina para las empresas, nos seguimos encontrando con algunos aspectos de ciberhigiene básica que son ignorados.

Los investigadores han anunciado recientemente que los puntos de acceso inalámbrico (WAP) y los enrutadores se encuentran entre los dispositivos que presentan mayor riesgo de seguridad para las compañías. Esta preocupación, que ya mencionamos en nuestro blog hace un año, lamentablemente no ha cambiado mucho. Además, surgen nuevas técnicas como el ataque de confusión SSID.

Para llevar a cabo este ataque, los ciberdelincuentes aprovechan una brecha en el estándar Wi-Fi IEEE 802.11 para crear redes wifi falsas con nombres idénticos a los de redes legítimas. Esto engaña a los dispositivos para que se conecten a la red fraudulenta en lugar de la auténtica. Así, si el dispositivo está configurado para deshabilitar la VPN en redes

confiables, esto se desactivará automáticamente al conectarse a la red falsa, dejando el tráfico del usuario expuesto.

De esta manera, los atacantes pueden interceptar y espiar la información confidencial del usuario, comprometiendo seriamente su seguridad.

¿Qué hace que estos dispositivos sean una amenaza potencial?

CONFIGURACIONES PREDETERMINADAS

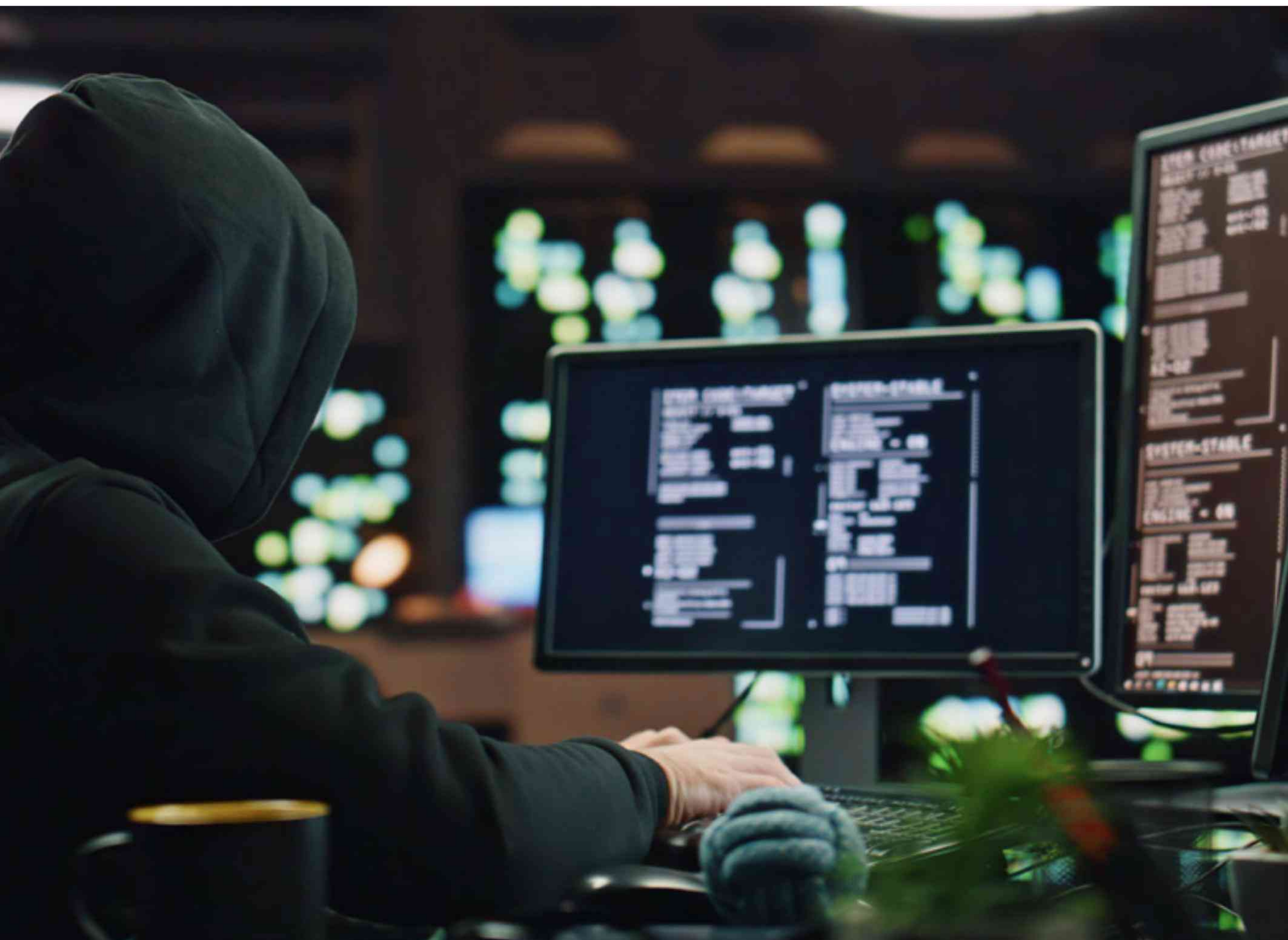
Muchos dispositivos vienen preconfigurados con valores que, si bien facilitan la instalación y su uso inicial, los hacen vulnerables a ataques cibernéticos. Entre las principales configuraciones sensibles encontra-

mos las contraseñas débiles, puertos abiertos sin protección o servicios innecesarios activados. Si los usuarios no las modifican, estos accesos predefinidos se convierten en un punto débil que los ciberdelincuentes pueden aprovechar.

FALTA DE ACTUALIZACIONES DEL FIRMWARE

El firmware es el software que reside en la memoria interna de los dispositivos, controlando funciones cruciales como el arranque, la gestión del hardware y la comunicación con el software. Mantener el firmware actualizado es una medida esencial para garantizar la seguridad de los dispositivos informáticos. Un firmware desactualizado deja expuestas vulnerabilidades que los atacantes pueden utilizar para acceder a infor-





mación confidencial, tomar el control de los dispositivos o incluso propagar malware en la red.

CONEXIÓN CONSTANTE A LA RED

La conectividad ininterrumpida de estos aparatos ofrece a los ciberdelincuentes una vía de acceso continuo. Muchas veces estos dispositivos se conectan directamente a Internet sin las medidas de protección necesarias, como cortafuegos o una segmentación adecuada de la infraestructura de red.

INFRAESTRUCTURA CRÍTICA

Los routers y puntos de acceso inalámbricos son componentes esenciales de la infraestructura crítica de una empresa, actuando como puertas de enlace entre sus redes y el mundo exterior. Si un atacante compromete estos dispositivos, puede obtener acceso a una gran parte de

la red ya otros dispositivos conectados a ella.

FALTA DE MONITORIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

A pesar de ser críticos para las empresas, estos dispositivos a menudo pasan desapercibidos en cuanto a su importancia en la seguridad de la red. La falta de monitorización y administración adecuadas puede convertirlos en un punto ciego para la seguridad. Implementar herramientas que brinden la visibilidad adecuada permite detectar actividades inusuales, intentos de intrusión y otros indicadores de compromiso.

Es necesario reconocer que los dispositivos TI, como los routers y los puntos de acceso inalámbrico, son fundamentales para la conectividad de las redes corporativas, pero también representan una puerta de entrada potencial para amenazas ci-

bernéticas. Implementar soluciones de ciberseguridad diseñadas específicamente para proteger estos puntos críticos es, sin duda alguna, fundamental hoy en día.

Contar con una herramienta que ofrece gestión y monitorización centralizada, actualizaciones de seguridad automatizadas, y el cifrado y autenticación robusta, pueden garantizar un entorno inalámbrico seguro. Además, el uso de firewalls avanzados que ofrecerán protección integral contra amenazas, incluyendo prevención de intrusiones, control de aplicaciones, filtrado web y bloqueo de spam, es fundamental para proteger estos dispositivos de posibles ataques.

Mantener una postura proactiva y sólida en ciberseguridad es esencial para afrontar los desafíos actuales y conseguir una red corporativa segura. ■

Gama de UPS monofásicos Eaton 9PX



Gama de 1kVA – 11kVA

● APLICACIONES

Pequeños y medianos data centers
Dispositivos TIC, Red, Almacenamiento y Telecomunicaciones
Infraestructura

● ALTA EFICIENCIA(*):

Hasta 95% en modo online y 98% en modo de ahorro de energía

● MAYOR VIDA ÚTIL DE BATERÍAS:

Sistema ABM de Eaton proporciona una carga rápida e inteligente.

● PRESTACIONES DIFERENCIADAS (*):

Mueva y apague máquinas virtuales automáticamente basado en la autonomía del UPS con Eaton IPM!

Segmentos de carga permiten priorizar autonomía en cargas críticas.

Accesorios para retiro en caliente del equipo

Posibilidad de paralelismo y redundancia
Comunicaciones con Ciberseguridad

(*) Varían valores según la potencia del equipo

EAT•N

Powering Business Worldwide

ENCUENTRE STOCK EN:

IN•GRAM[®]

MICRO[®]